

## KOMUNIKASI BERKESAN DALAM PENYEBARAN NILAI-NILAI ISLAM DI MEDIA SOSIAL DALAM KALANGAN MAHASISWA UIS: SATU TINJAUAN AWAL

Faradillah Iqmar Omar  
Universiti Islam Selangor  
Tel: +6012-3401022 Email: [faradillah@uis.edu.my](mailto:faradillah@uis.edu.my)

### ABSTRAK

Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, penggunaan media sosial telah menjadi aspek penting dalam kehidupan harian masyarakat termasuk dalam penyebaran nilai dan ajaran agama. Masyarakat moden pada hari ini semakin dipengaruhi oleh teknologi dan media sosial, pemahaman terhadap cara-cara berkomunikasi yang efektif dalam menyampaikan ajaran Islam menjadi semakin penting. Dengan menumpukan perhatian kepada tinjauan awal, kajian ini meninjau bagaimana amalan komunikasi dalam konteks media sosial mempengaruhi penyebaran nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan soal selidik sebagai instrumen pengumpulan data. Kajian ini melibatkan 40 mahasiswa yang mengambil subjek Komunikasi Perspektif Al-Quran dan As-Sunah di UIS. Data dianalisis menggunakan kaedah statistik melalui perisian *Statistic Package for Social Sciences*. Implikasi kajian ini memberikan pandangan awal yang penting dalam memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk memperkuat pemahaman dan penghayatan terhadap nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa, serta menawarkan landasan untuk penyelidikan lanjutan dalam bidang ini.

*Kata kunci: Media Sosial, Nilai-nilai Islam, Komunikasi*

### 1. Pengenalan

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi maklumat, media sosial telah menjadi platform utama dalam komunikasi dan penyebaran maklumat. Penggunaan media sosial bukan sahaja terbatas kepada hiburan dan jaringan sosial, tetapi juga sebagai medium untuk menyebarkan nilai-nilai dan ajaran agama (Mohd Hamizi, 2023). Media sosial telah menjadi alat utama untuk berkomunikasi dan menyebarkan maklumat di pelbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa. Mereka adalah golongan yang paling aktif menggunakan media sosial, di mana platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *TikTok* menjadi medium utama mereka untuk berinteraksi, mencari maklumat, dan mengekspresikan diri. Dalam mendepani perkembangan ini, penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial menjadi suatu keperluan yang mendesak untuk memastikan ajaran agama terus relevan dan dapat diamalkan dalam kehidupan seharian (Mohd Mokhtarishah & Hasmadi, 2021). Media sosial merupakan suatu medium untuk berkomunikasi dan mengenali ramai orang serta menjadi platform untuk bertukar pendapat. Namun peranan tersebut semakin berubah apabila pengguna tidak menggunakan media sosial dengan baik dan beretika (Mohd Azmi et al., 2019).

Nilai-nilai Islam merangkumi prinsip-prinsip moral, etika dan ajaran agama yang menjadi panduan hidup umat Islam (Marzuki Sepiaail et al, 2016). Penekanan terhadap integriti, kejujuran, keadilan, dan kesederhanaan merupakan elemen penting dalam nilai-nilai ini. Islam menganjurkan sikap berhati-hati dan menilai setiap mesej atau maklumat dengan cermat (Jasmi, Kamarul Azmi, 2018, 2020; Jasmi, Kamarul Azmi & Md. Saleh @ Masrom, 2020; Jasmi, Kamarul Azmi, 2006) untuk menghindari pengaruh buruk kepada penerima mesej. Ini menjadi lebih penting dalam konteks dunia globalisasi di mana media baharu sering didominasi oleh pihak yang bersikap prejudis terhadap Islam (Aminudin Basir et al., 2009). Selain itu, nilai-nilai Islam juga adalah penting dalam pembangunan insan kerana peranannya yang dilihat mampu membantu membina insan yang cemerlang bukan

sahaja di dunia malah di akhirat kelak (Norullisza Khosim, Azrin Ibrahim & Mohd Shukri Hanapi, 2020).

Oleh itu, adalah penting untuk memahami bagaimana media sosial boleh dimanfaatkan secara efektif untuk menyampaikan dan menguatkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa. Tinjauan awal ini bertujuan untuk mengkaji pendekatan dan strategi komunikasi yang berkesan dalam penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial, serta mengenal pasti cabaran yang dihadapi. Salah satu cabaran terbesar dalam penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial ialah memastikan maklumat yang disampaikan adalah sahih dan tepat. Terdapat banyak sumber yang tidak berautoriti yang boleh menimbulkan kekeliruan dan menyebarkan ajaran yang tidak sejajar dengan prinsip-prinsip Islam yang sebenar (Anuar Mamat et al., 2014).

Selain itu, kandungan yang tidak menarik atau tidak relevan dengan konteks semasa adalah sukar untuk menarik perhatian mahasiswa. Oleh itu, pendekatan yang kreatif dan inovatif diperlukan untuk memastikan mesej-mesej Islam dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan berkesan. Media sosial juga sering kali dipenuhi dengan kandungan yang mempromosikan budaya popular dan materialisme yang boleh mengalihkan perhatian mahasiswa daripada nilai-nilai Islam (Abdul Halim et al., 2019). Ini termasuk gaya hidup hedonistik yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Sementara itu, tidak semua individu yang cuba menyebarkan nilai-nilai Islam memiliki kemahiran komunikasi yang mencukupi. Penyampaian mesej yang kurang jelas atau terlalu rumit boleh mengurangkan keberkesanan dalam menyampaikan nilai-nilai tersebut.

Bagi mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS), yang merupakan golongan terpelajar dan bakal pemimpin masa depan, pemahaman dan penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial adalah amat penting. Komunikasi berkesan dalam penyebaran nilai-nilai Islam boleh mempengaruhi cara pandang, sikap dan amalan harian mahasiswa, seterusnya membentuk komuniti yang lebih beretika dan bermoral tinggi.

## 2. Objektif Kajian

Secara khususnya, kajian ini ingin mencapai beberapa objektif seperti berikut;

- Meninjau penggunaan media sosial dalam konteks Islam dalam kalangan mahasiswa UIS.
- Mengetahui amalan komunikasi berkesan dalam penyebaran nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS.

## 3. Metodologi kajian

### 3.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan reka bentuk kajian kuantitatif untuk menilai keberkesanan komunikasi dalam penyebaran nilai-nilai Islam di media sosial dalam kalangan mahasiswa UIS. Kajian ini bertujuan untuk mengumpul data yang boleh dianalisis secara statistik untuk membuat kesimpulan tentang populasi yang dikaji. Analisis deskriptif (frekuensi & peratusan) digunakan bagi mendapatkan gambaran awal yang boleh menjawab kepada objektif kajian.

### 3.2 Sampel

Kajian awal ini melibatkan 40 orang mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS) yang mengambil subjek Komunikasi Perspektif al-Quran & as-Sunnah dan dipilih secara keselesaan. Soal selidik diedarkan secara talian dengan menggunakan *Google Form*. Kriteria Pemilihan sampel adalah;

mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial, berumur antara 18 hingga 26 tahun dan bersedia untuk mengambil bahagian dalam kajian dan melengkapkan soal selidik.

### 3.3 Analisis Data

Data yang dikumpul dianalisis menggunakan perisian statistik (SPSS V21). Langkah-langkah analisis termasuk analisis deskriptif iaitu untuk mengira frekuensi dan peratusan bagi setiap item soal selidik. Ini memberikan gambaran asas mengenai latar belakang demografi responden dan pandangan mereka terhadap keberkesanan komunikasi nilai-nilai Islam di media sosial.

Metodologi kajian ini dirancang untuk mendapatkan data yang sah dan boleh dipercayai mengenai keberkesanan komunikasi nilai-nilai Islam di media sosial dalam kalangan mahasiswa UIS. Dengan menggunakan instrumen yang teliti dan prosedur pengumpulan data yang sistematik, kajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermakna kepada pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai Islam boleh disebarkan secara berkesan melalui media sosial.

## 4. Dapatan Kajian

Hasil kajian dapat menilai keberkesanan komunikasi dalam penyebaran nilai-nilai Islam di media sosial. Berikut adalah dapatan utama daripada analisis data yang dijalankan:

### 4.1 Deskriptif

Dapatan kajian menunjukkan variasi demografi yang signifikan dalam kalangan 40 orang mahasiswa UIS. Dari segi jantina, 52.5% responden adalah perempuan, manakala 47.5% adalah lelaki, menunjukkan sedikit kelebihan jumlah responden perempuan dalam kajian ini. Umur responden juga berbeza, dengan sebahagian besar (52.5%) berumur antara 21 hingga 23 tahun, diikuti oleh mereka yang berumur antara 24 hingga 26 tahun (35.0%) dan selebihnya berumur 18 hingga 20 tahun (12.5%).

Tempoh penggunaan media sosial dalam kalangan responden juga menarik, di mana hampir semua responden (82.9%) telah menggunakan media sosial selama lebih dari 6 tahun, menunjukkan pengalaman yang luas dalam penggunaan platform tersebut. Tiada responden yang menggunakan media sosial kurang dari 4 tahun, yang menandakan kesedaran dan keakraban mereka dengan teknologi ini.

Platform media sosial yang paling aktif digunakan oleh responden ialah *Instagram* (43.9%), diikuti oleh *TikTok* (34.1%), *Facebook* (9.8%), *X (Twitter)* (7.3%), dan lain-lain (4.9%). Ini menunjukkan preferensi yang kuat terhadap platform visual dan video. Selain itu, interaksi dengan kandungan berkaitan Islam di media sosial adalah tinggi, dengan 61.0% responden berinteraksi dengan kandungan tersebut setiap hari, dan 36.6% berinteraksi beberapa kali seminggu. Hanya 2.4% yang jarang berinteraksi, menunjukkan minat yang signifikan terhadap nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS. Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang penggunaan media sosial dan keterlibatan mereka dengan kandungan Islam, yang penting untuk memahami konteks penyebaran nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa.

**Jadual 2: Taburan Demografi**

Item		Frekuensi	Peratusan
Jantina	• Lelaki	19	47.5
	• Perempuan	21	52.5
Umur	• 18 – 20	5	12.5
	• 21 – 23	21	52.5
	• 24 – 26	14	35.0
Tempoh Penggunaan Media Sosial	• Kurang 1 tahun	0	0
	• 1 hingga 3 tahun	0	0
	• 4 hingga 6 tahun	7	17.1
	• Lebih 6 tahun	34	82.9
Platform Media Sosial Paling Aktif Digunakan	• Instagram	18	43.9
	• Facebook	4	9.8
	• TikTok	14	34.1
	• X (Twitter)	3	7.3
	• Lain-lain	2	4.9
Berinteraksi dengan kandungan berkaitan Islam di media sosial secara kerap?	• Ya, setiap hari.	25	61.0
	• Ya, beberapa kali seminggu.	15	36.6
	• Jarang, hanya sesekali.	1	2.4

## 5. Penggunaan Media Sosial dalam Konteks Islam

Dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti mahasiswa UIS mengikuti akaun atau kumpulan yang menyebarkan nilai-nilai Islam di media sosial, dengan 95.0% responden menjawab "Ya" dan hanya 5.0% yang menjawab "Tidak". Mengenai platform media sosial yang digunakan untuk mendapatkan maklumat berkaitan Islam, 37.5% responden memilih *TikTok*, diikuti oleh *Instagram* dengan 35.0%, *YouTube* dan *X (Twitter)* masing-masing 10%, dan *Facebook* 7.5%.

Dalam menilai peranan media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam, 77.5% responden sangat setuju bahawa media sosial memainkan peranan penting, 17.5% setuju, sementara hanya 2.5% tidak pasti dan 2.5% sangat tidak setuju. Lebih lanjut, mengenai keberkesanan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS, 70.0% responden menyatakan sangat setuju, 27.5% setuju, dan hanya 2.5% yang tidak pasti, tanpa ada responden yang tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Menyentuh sejauh mana mereka aktif dalam menyebarkan maklumat berkaitan Islam di media sosial, 50.0% responden menganggap diri mereka sederhana aktif, 25.0% aktif, 15.0% sangat aktif, 7.5% sedikit aktif, dan hanya 2.5% tidak aktif. Dapatan ini menunjukkan bahawa sebahagian besar mahasiswa UIS terlibat dalam penyebaran nilai-nilai Islam di media sosial, dengan kebanyakan mereka menganggap platform ini sebagai alat yang berkesan untuk tujuan tersebut. Jadual 3 menjelaskan taburan maklumat dengan terperinci.

**Jadual 3: Penggunaan Media Sosial dalam Konteks Islam**

Item	Frekuensi	Peratusan
Adakah anda mengikuti akaun atau kumpulan yang menyebarkan nilai-nilai Islam di media sosial?		
• Ya	38	95.0
• Tidak	2	5.0
Platform media sosial apa yang anda gunakan untuk mendapatkan maklumat berkaitan Islam?		
• Instagram	14	35.0
• Facebook	3	7.5
• TikTok	15	37.5
• X (Twitter)	4	10
• YouTube	4	10
Media sosial memainkan peranan yang penting dalam penyebaran nilai-nilai Islam.		
• Sangat tidak setuju	1	2.5
• Tidak setuju	0	0.0
• Tidak pasti	1	2.5
• Setuju	7	17.5
• Sangat setuju	32	77.5
Media sosial adalah alat yang berkesan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS.		
• Sangat tidak setuju	0	0.0
• Tidak setuju	0	0.0
• Tidak pasti	1	2.5
• Setuju	11	27.5
• Sangat setuju	28	70.0
Sejauh mana anda aktif dalam menyebarkan maklumat berkaitan Islam di media sosial?		
• Tidak aktif	1	2.5
• Sedikit aktif	3	7.5
• Sederhana aktif	20	50.0
• Aktif	10	25.0
• Sangat aktif	6	15.0

## 6. Komunikasi Berkesan dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam

Jadual 4 menunjukkan perbincangan mengenai keberkesanan dalam penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial. Daripada data yang dikumpulkan, dapat dilihat bahawa terdapat pelbagai jenis kandungan berkaitan Islam yang menarik perhatian mahasiswa UIS. Antara jenis kandungan tersebut termasuklah ceramah, petikan ayat Quran, nasihat agama, kisah-kisah kehidupan Rasulullah SAW, dan video pendek motivasi Islam. Kajian mendapati jumlah frekuensi tertinggi adalah untuk video pendek motivasi Islam, dengan 30.0%, diikuti oleh ceramah dengan 15.0%.

Selain itu, responden memberi maklum balas yang positif terhadap kesan media sosial dalam meningkatkan kesedaran mereka tentang nilai-nilai Islam. Sebanyak 60.0% responden menyatakan bahawa media sosial sangat membantu, manakala 40.0% menyatakan ia membantu. Ini menunjukkan bahawa media sosial memainkan peranan yang penting dalam meningkatkan kesedaran tentang nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa. Berkenaan dengan strategi komunikasi yang berkesan, responden sebulat suara bersetuju bahawa menggunakan gambar atau grafik yang menarik adalah penting. Sebanyak 55.0% sangat setuju dan 42.5% setuju dengan kenyataan ini. Tambahan pula, hampir kesemua responden (72.5%) juga bersetuju bahawa nilai-nilai Islam perlu disampaikan melalui video atau animasi untuk menjadikannya lebih menarik.

Selanjutnya, terdapat juga perbincangan mengenai peranan pengengaruh media sosial (*influencer*) dalam penyebaran nilai-nilai Islam. Sebanyak 52.5% responden menyatakan bahawa pengengaruh ini memainkan peranan yang sangat penting manakala sebanyak 27.5% responden berpendapat ia hanya sekadar penting sahaja. Ini menunjukkan pengiktirafan responden terhadap pengaruh yang besar yang boleh dimiliki oleh pengengaruh media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai Islam.

**Jadual 4: Keberkesanan Penyebaran Nilai Islam**

Item	Frekuensi	Peratusan
Apakah jenis kandungan berkaitan Islam yang menarik perhatian anda di media sosial?		
• Ceramah	6	15.0
• Petikan ayat Quran	3	7.5
• Nasihat agama	11	27.5
• Kisah-kisah kehidupan Rasulullah SAW	8	20.0
• Video pendek motivasi Islami	12	30.0
Bagaimana media sosial membantu meningkatkan kesedaran anda tentang nilai-nilai Islam?		
• Tidak membantu sama sekali	0	0.0
• Sedikit membantu	0	0.0
• Membantu	16	40.0
• Sangat membantu	24	60.0
Strategi komunikasi yang berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di media sosial adalah dengan menggunakan gambar atau grafik yang menarik.		
• Sangat tidak setuju	0	0.0
• Tidak setuju	0	0.0
• Tidak pasti	1	2.5
• Setuju	17	42.5
• Sangat setuju	22	55.0
Nilai-nilai Islam perlu disampaikan melalui video atau animasi agar lebih menarik.		
• Sangat tidak setuju	0	0.0
• Tidak setuju	0	0.0
• Tidak pasti	11	27.5
• Setuju	8	20.0
• Sangat setuju	21	52.5

Sejauhmana anda percaya bahawa peranan mempengaruhi media sosial (influencer) terhadap penyebaran nilai-nilai Islam?		
• Tidak penting sama sekali	0	0.0
• Agak penting	0	0.0
• Sederhana penting	8	20.0
• Penting	11	27.5
• Sangat penting	21	52.5

## 7. Kesimpulan

Kajian awal ini menggariskan pentingnya komunikasi yang berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui media sosial dalam kalangan mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS). Dapatan kajian menunjukkan bahawa media sosial memainkan peranan yang signifikan dalam meningkatkan kesedaran dan interaksi terhadap nilai-nilai Islam. Mahasiswa UIS memberi tumpuan kepada pelbagai jenis kandungan berkaitan Islam, dengan penekanan yang besar pada video pendek motivasi Islam. Selain itu, strategi komunikasi yang menggunakan gambar atau grafik menarik serta penggunaan video atau animasi dalam penyampaian nilai-nilai Islam mendapat sokongan yang kukuh dari responden. Kesedaran tentang peranan mempengaruhi media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam juga ditegaskan, dengan majoriti responden menganggapnya sebagai faktor penting hingga sangat penting. Dengan demikian, hasil kajian ini memberi pemahaman awal yang penting bagi pihak yang berkepentingan dalam merangka strategi komunikasi yang lebih berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS menerusi platform media sosial.

## 8. Rujukan

- Abdul Halim, Z.Z, Azmi, D.S & Jasmi, K.A. (2019). "Media Sosial dan Trend Penggunaan Menurut Islam" in Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 001-016.
- Aminudin Basir @ Ahmad, Mohamad Sabri Haron & Nik Yusri Musa. (2009). Kebebasan Media Komunikasi Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Hadhari*, 2, 65-82.
- Anuar, Manawi & Basri. (2014). Prinsip-Prinsip Ahl al-Sunnah wa al-Jama'ah. *Afkar Edisi Khas* (2014), 1-36
- Chua, Y. P. (2014). *Kaedah dan Statistik Penyelidikan: Kaedah Penyelidikan*. McGraw-Hill Education.
- Izzati Rozman. (2018). Pengukuran dalam Penyelidikan: Kebolehpercayaan dan Kesahan dalam Kajian. 1-28.
- Jasmi, Kamarul Azmi. (2006). Pengertian Fitnah dan Kaedah Menangani Permasalahannya dalam masyarakat. *MINDA*, 5, 5.
- Jasmi, Kamarul Azmi. (2018). Karakter 7B Mukmin Cemerlang. *Jurnal Tinta Artikulasi Membina Ummah (TAMU)*, 4(1), 1-22.
- Jasmi, Kamarul Azmi. (2020). *Pembangunan Insan Soleh Menurut Perspektif Imam alNawawi*. Penerbit UTM Press.
- Marzuki Sepiaail, Rina Fakhizan Mohd Sukri & Alias Mat Saad. (2016). *Komunikasi dan Penyiaran dalam Islam*. Oxford Fajar Sdn. Bhd.
- Mohd Azmi, Mohamad Rafiuddin; Kamalanathan, Sasikumar; Safar, Ajmain @ Jimaain (2019). "Media Sosial dan Generasi Muda Menurut Islam" in Jasmi, Kamarul Azmi (Ed.), Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3,

N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 87-100.

Mohd Hamizi, M. A. F. (2023). Penggunaan media sosial sebagai media baharu dan impaknya terhadap masyarakat Malaysia. *Perspektif Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 15, 24–37. <https://doi.org/10.37134/perspektif.vol15.sp.3.2023>.

Mohd Mokhtarishah Mohamed Mokhtar & Hasmadi Hassan. (2021). Penggunaan media sosial sebagai medium dakwah islam dalam kalangan Penduduk Kampung Beserah, Kuantan, Pahang. *International Journal of Humanities Technology and Civilization (IJHTC)*, 6(1), 41-48. <https://doi.org/10.15282/ijhtc.v6i1.6667>

Norullisza Khosim, Azrin Ibrahim & Mohd Shukri Hanapi, (2020). Peranan nilai-nilai Islam dalam pembangunan insan berteraskan Islam. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 5(29), 109 - 119.